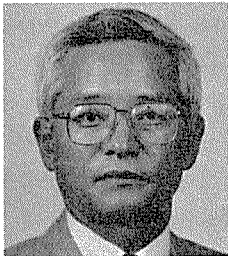


電子産業의 海外市場 進出 擴大 方案



章 在 均
KOTRA 貿易情報本部長

한국 전자업계가
제 3 국에 진출하여
성공적인 성과를 거두기 위해서는
기술개발과 마케팅력의 강화가 선결
문제라고 하겠다. 시장성이 좋은 상품을
개발하고 소비자 수요를 창출할 수
있는 기술 개발이 선행되어야
하는 바 전자산업의
성패는 기술개발에
있다고 본다.

1. 電子産業과 輸出

'70년대까지 일부 저급 가전제품 생산 정도에 불과하였던 우리나라 전자산업은 '80년대 들어 비약적인 發展을 거듭하여 世界 電子市場에서 主要 供給國으로 부상하였다. 1980년 우리나라 전자산업의 생산규모는 28억 5,000만 달러로서 GNP에서 차지하는 비중이 4.7%에 불과하였다. 그러나 '80년 이래 연평균 약 100% 이상의 成長을 거듭하면서 '88년에는 생산규모가 235억 달러에 달하게 되었으며 GNP에서 점유비도 13.9%로 상승하는 비약적인 發展을 이룩하였다. 輸出 규모도 '80년에는 20억 달러 수준에 불과하였으나 '88년에는 152억 달러에 달하여 全體 輸出의 38.8%를 점하면서 우리나라 輸出을 주도하는 産業으로 부상하게 되었다.

이처럼 우리나라 전자산업이 '80년대 들어 비약적인 發展을 거듭할 수 있었던 것은 政府의 政策的 支援과 전자업계의 노력에 대한 결과일 것이나, 國際經濟 環境이 우리나라에 유리하게 작용하면서 輸出이 급격한 증가를 이룩하였기 때문으로 보인다. 우리나라의 거의 모든 産業이 그러하듯이 전자산업도 내수보다는 輸出을 중심으로 발전하여 왔으며 이러한 현상은 올림픽을 전후로 하여 다소 완화되기는 하였으나 내수시장의 擴大가 어느 정도 한계가 있는한 앞으로 輸出이 전자산업의 發展을 좌우하게 될 것이라는 것은 부인할 수 없는 사실임에 틀림없다.

그러나 최근 우리나라 貿易環境이 전반적으로 악화되면서 여타 産業에 비해 상대적으로 높은 國際競爭力을 보유하고 있는 전자산업도 역시 상당한 영향을 받아 輸出이 둔화되는 양상을 보이고 있다. 따라서 이러한 어려움을 극복하고 지속적으로 輸出의 신장을 통한 전자산업의 發展을 이룩하는데 장애요인이 무엇이며



일부지역에 대한 수출편중 현상은 우리나라의 전자수출에 큰 장애요인으로 대두되고 있는 실정이다.

이러한 장애요인을 극복하기 위해서는 어떠한 戰略을 채택해야 하는지 살펴보기로 하겠다.

2. 電子産業의 海外市場 擴大 장애 요인

전자산업의 해외시장 進出의 장애요인으로서는 첫째는, 國內의 貿易環境의 악화를 들 수 있다. 원貨의 지속적 切上, 생산성 향상률보다 높은 임금 인상률, 大企業의 여신규제, 전자제품 輸入의 완전자유화 실시 등 國內 貿易環境의 악화와 함께 先進國의 수입수요 감소, 주요 교역상 대국에서의 산업구조 조정 지연에 따른 보호 및 관리무역질서의 정착, 특허권 분쟁 등 對外 貿易環境도 매우 악화되고 있다.

둘째로는 先進國의 輸入規制를 들 수 있다. 우리나라 전자제품의 수입규제하의 輸出比重은 '87년 31.0%에 달하였으며 '88년에는 輸入規制

를 받지않는 여타 제품의 輸出이 높고 우회수출이 增大함에 따라 輸出比重이 감소하기는 하였으나 여전히 우리나라 전체 수입규제하의 輸出比重보다 높은 실정이다.

우리나라 전자수출의 가장 큰 市場인 美國은 컬러TV, CDP에 대한 반덤핑 규제를 실시하고 있으며 금년들어 전화 교환 시스템에 대한 반덤핑 조사를 개시한데 이어 '88년 수정 綜合貿易法에 신설한 통신관련 조항에 의거, EC와 함께 우리나라를 通信分野 우선협상 대상국으로 지정하는 등 通商壓力을 가중시키고 있다. 또한 수퍼 301조에 의해 우리나라를 불공정 무역관행국으로 지정하겠다고 버르고 있는데 만약 이것이 實現된다면 가장 큰 영향을 받을 분야는 전자산업이 될 것으로 보인다. 그리고 綜合貿易法에서는 COCOM이 규정하는 대공산권 戰略物資 輸出 統制制度 위반사례에 대한 보복조

전자산업의 생산, 수출변화 추이

(단위 : 百萬달러, %)

	1980	1985	1986		1987		1988	
			금 액	전년대비 증 감 률	금 액	전년대비 증 감 률	금 액	전년대비 증 감 률
생 산 (A)	2,852	7,285	12,095	66.0	17,438	44.1	23,531	34.9
수 출 (B)	2,004	4,318	7,363	70.5	10,836	47.2	15,162	39.9
B/A×100	70.3	59.3	60.9		62.1		64.4	

資料 : 「전기·전자공업통계연보」

치를 강화하고 있어 尖端技術製品 특히 전자제품의 대공산권 輸出에 큰 영향을 미치고 있다.

한편 EC지역의 경우도 가전제품을 중심으로 우리나라에 대한 輸入規制를 강화하고 있는데 VTR은 이미 EC 공동차원에서 輸入規制를 받고 있으며 CDP, 비디오 테이프, C-TV, 오디오 카세트 테이프는 현재 조사가 진행 중이다. 또한 영국, 프랑스, 이탈리아, 스페인 등이 TV, 라디오 등 우리나라 전자제품에 대해 개별적으로 輸入을 규제하고 있는 實情이다. 이밖에 日本, 호주 등도 우리나라 전자제품에 대해 輸入을 규제하고 있으며 이러한 추세는 世界 保護貿易主義 심화 추세에 따라 더욱 확대될 것으로 보인다. 또한 美國, EC 등 先進各國은 우회 덤핑 방지 조항을 도입해서 각 輸出國의 現地 直接投資에 의한 우회수출을 봉쇄하는 戰略을 채택하고 있어 우려되는 實情이다.

셋째로는 일부지역에 대한 輸出偏重 現象을 들 수 있다. 우리나라 輸出構造의 큰 문제점의 하나가 지역간 심한 不均衡 문제이듯 전자산업의 경우도 이와 비슷한 現象을 나타내고 있다. 우리나라 全體 輸出의 10대 시장 점유비율이 '88년 78.2%인데 반해 電子는 79.8%를 나타내고 있으며 특히 美國, 日本에 대한 의존도가 全體

國內 電子製品에 對한 輸入規制 現況

('89. 4월 현재)

국 가	품 목	규 제 형 태
미 국	컬러 TV, CDP	가격규제(반덤핑)
EC 공동	VTR	"
영 국	TV	수량규제(업계간 협정)
프 랑 스	라디오, TV	수량규제(일방적 국별 쿼타)
	라디오 및 TV 부품	S.L.Q. ¹⁾
	전기·전자식기기	수량규제(총량 쿼타)
스 페 인	컴퓨터 관련부품	행정규제(품질 가격)
이탈리아	라디오, TV	"
스 웨 덴	무선전화기	"
일 본	전기·전자제품	"
	전신·전화용기계	"
호 주	오디오 테이프	가격규제(반덤핑)

주 : 1) S.L.Q(Sans Limitation de Quantite) : 수량 제한은 없으나 과잉수입의 경우 I/L 발급을 중지할 수 있음.

國內 電子製品에 對한 輸入規制 調查 現況

('89. 4월말 현재)

국가	품 목	조 사 개 시 일
미국	전자교환 시스템	'89.1.6 ITC 조사개시
EC	CDP	'87.7.6 EC 집행위 덤핑 조사개시
	C-TV (17인치이하)	'88.2.17 "
	오디오카세트 테이프	'89.1.15 "

資料 : 무역협회, 「주간통상정보」

電子輸出의 절반을 차지하고 있다. 이와 같은 일부지역에 대한 輸出偏重 現象은 輸出對相國으로 하여금 아국상품에 대해 輸入規制를 유발하는 결과를 초래케 됨으로써 우리나라의 電子輸出에 큰 장애요인으로 대두되고 있는 實情이다.

電子 10대 시장 輸出現況 및 比重

(단위 : 百萬달러, %)

		1987		1988	
		금 액	구성비	금 액	구성비
미	국	4,647	42.9	5,667	37.4
일	본	1,008	9.3	1,542	10.2
홍	콩	623	5.7	1,234	8.1
서	독	612	5.6	789	5.2
영	국	539	5.0	720	4.7
싱	가 폴	248	2.3	701	4.6
캐	나 다	331	3.1	422	2.8
프	랑 스	288	2.7	389	2.6
대	만	175	1.6	355	2.3
네	덜 란 드	276	2.5	274	1.8
10대국 총계		8,747	80.7	12,093	79.8
총 수출		10,836	100.0	15,162	100.0

資料 : 「전기·전자공업통계연보」

넷째, 先進國의 技術保護와 後發開途國의 추격을 꺾을 수 있다. 世界電子産業을 전자산업 구조의 고도화 추세와 技術開發 段階, 그리고 부문별 생산품목의 다변화 및 첨단화 정도에 따라 國際競爭力의 비교를 통하여 發展段階를 구분해 보면 크게 4개 그룹으로 대별된다.

산업용전자, 첨단기술을 요하는 부품에서 경쟁력을 보유하고 있는 美國, 서유럽, 日本이 선두그룹을 형성하고 있으며 일부 첨단부품, 가정용 전자에서 경쟁력을 보유하고 있는 아시아 NICS가 제 2그룹을 형성하고 있고 勞動集約的

인 일부 가정용전자에서 경쟁력을 보유하고 있는 브라질, 멕시코 등 라틴 아메리카, NICS와 인도 등이 제3그룹을 形成하고 있다. 마지막으로 최근 工業化에 박차를 가하면서 日本 및 아시아 NICS의 生産移轉 擴大 등으로 중·저급 제품부문에 급속한 成長을 이룩하고 있는 ASEAN과 남아시아 국가가 4 그룹을 이루고 있다.

이러한 전자산업의 國際分業 構造와 관련하여 제1그룹에 속한 先進國들은 현재의 國際分業 構造를 고수하려 하고 있다. 先進國은 계속적인 技術革新을 통해 지속적인 독점 우위를 가지면서 우리를 포함한 제2그룹을 자신들의 기술분업체계 속에서 世界 電子産業 國際分業 構造上 일정한 역할만을 담당하도록 강요하고 있다. 또한 제3그룹과 제4그룹은 과거 제2그룹이 成長하여 왔던 과정을 모델로 삼아 급속한 發展을 이룩해 나아가면서 제2그룹을 추격하고 있는 實情이다.

결국 제2그룹에 속해 있는 우리는 先進國과의 技術隔差로 인해 첨단 기술분야에서 경쟁력 열세에 따른 진출 한계와 後發開途國의 추격에 따른 시장잠식이라는 이중의 어려움에 직면해 있는 셈이다.

다섯째, 部品 國産化率 저조에 따른 경쟁력 열위를 들 수 있다. 部品를 海外輸入에 의존하

는 경우는 크게 기술부족에 따른 部品生産 能力不足과 國內 生産價보다 海外 輸入價가 싼 경우의 두가지로 구분되는데 우리나라의 경우 물론 國內 生産價보다 海外 輸入價가 저렴하기 때문에 輸入에 의존하는 경우가 있기는 하나 대부분 國內 生産技術能力 不足으로 인해 輸入에 의존하고 있다.

특히 핵심부품인 IC류, Capacitor 등이 主要 電子製品 國産化率

(’87년말 현재)

제품명	실질 국산화율	주요 수입부품
VTR (수출용)	56% 수준	Deckmechanism (Roller Guide, Slant Post, Arm Pinch), 소형Motor, IC류 등
전자렌지 (수출용)	47% 수준	Ellio Sheet, Fuse, Steel Plate, Plate Alloy, Plate Zinc Alloy 등
Computer (16bit PC)	33% 수준	IC류, Tantalum Capacitor, DIP S/W, Line Filter, Network Resistor, Control Board Ass’y
사설교환기	42% 수준	IC류, Diode, Ceramic Capacitor, Relay, Magnetic Core
Hi-Fi Audio	56% 수준	IC류, Capacitor, Ceramic Filter
Color TV	56% 수준	Diode, Transistor, IC류, Ceramic Filter

資料 : 한국산업은행, 「산업기술」 1987. 12월호

世界 電子産業 체제의 그룹별 特徵

구분	1 그룹	2 그룹	3 그룹	4 그룹
해당 국가	미국, 일본, 서유럽제국	아시아 NICS	브라질, 멕시코 등 라틴아메리카 NICS, 인도, 파키스탄	ASEAN 제국, 남아시아국가
발전과정	기기, 부품·재료간 동시 균형 발전	불균형 발전	불균형 발전	불균형 발전
경쟁력 보유	산업용, 부품	부품, 가정용	가정용	부품
시장구성	수출	수출	내수	수출
기술개발단계	자체 연구개발	개발	소화	도입
요소집약도	기술집약적	노동집약적 - 기술집약적	노동집약적	노동집약적
생산방식	자체 생산기반, 해외 현지투자	생산기반 구축 OEM 생산	생산기반 수립	오프쇼어 생산

資料 : 산업연구원

부 國內에서 생산되고는 있으나 첨단기술을 요하는 경우에는 대부분 輸入에 의존함으로써 전자제품의 實質 國産化率은 50% 내외에 이르고 있어 우리제품의 경쟁력 향상에 큰 장애요소로 대두되고 있다.

3. 海外市場 進出 擴大 戰略

이와 같은 장애요소를 극복하고 海外市場 進출을 擴大하기 위해서는

첫째, 研究開發에 대한 투자를 강화해 나아가야겠다. '86년 기준으로 우리나라의 산업별 技術開發 投資는 제조업이 매출액 대비 1.63%에 이르고 있으며 전자, 전기의 경우 4.19%에 이르면서 우리나라 산업 중 가장 높은 수준이다. 그러나 先進國인 美國의 6.0%, 日本의 5.5%에 비해서는 여전히 낮은 실정이다.

따라서 後發開途國 추격을 벗어나 美國, 日本 등 先進國이 비교우위를 점하고 있는 분야로 進出하기 위해서는 첨단기술 開發에 대한 투자 확대를 통하여 부품의 國産化率을 향상시켜야 함은 물론 제품의 品質과 성능의 향상, 新製品

開發을 통한 고부가가치화를 이루어 나아가야겠다.

둘째로는 주요 輸出對相國의 輸入規制 회피, 先進技術의 획득, 원貨 평가 切上과 임금상승으로 인해 약화된 경쟁력을 제고시키기 위해 海外 直接投資를 통한 전자산업의 國際化를 이룩해 나아가야겠다.

우리나라 전자산업의 海外投資는 1980년대를 전후하여 무역마찰 회피 목적에서 歐美地域으로의 海外進出로 시작되었다. 그러나 최근에는 생산효율 지향형의 對 ASEAN 제국으로의 海外投資 움직임이 강하게 보이고 있다. 이에 따라 國內 전자기업도 점차 輸出指向型 기업에서 현지 투자지향형 기업으로 이행하고 있으며 나아가 일부기업은 世界指向型 기업으로 발돋움하고 있다.

그러나 우리나라 일부 기업이 世界企業으로 부상하였다 하더라도 아직도 미국의 General Electric, AT&T, 일본의 마쓰시타, 히다찌, 화란의 Philips, 독일의 Siemens에 미치지 못하고 있는 만큼 이들 企業과 효과적으로 경쟁해 나아가기 위해 Global 마케팅 전략을 구사할 수 있는 國際 經營體制의 구축과 필요한 경우에는 매수·합병전략을 전개해 나아갈 필요도 있을 것이다.

한편 中小企業은 경쟁력이 점차 상실되고 있는 勞動集約型 저가 저급품 生産設備를 해외로 이전하는 한편 國內에서는 보다 고기술 제품을 생산하는 체제로 전환해 나아가야 될 것으로 보인다.

그러나 우리기업의 이러한 國際化 과정에서 반드시 유의해야 할 것은 산업의 공동화 문제이다. 美國의 산업공동화 전철을 밟지 않기 위해서는 日本이 했던 것처럼 海外投資와 더불어 國內 生産基盤을 합리화하고 技術開發 등에 박차를 가해 나아가는 전략을 구사해야 할 것이다.

셋째로는 적극적인 海外 廣告活動을 전개해 나아가는 한편 지역별 특성에 맞는 마케팅 활동을 펴 나아가야겠다. 외국의 신문, 일반잡지, 일반신문광고 전문판, 라디오 매체는 물론 야외광고, 전문전시회를 통한 광고 및 케이블 네

주요 산업별 매출액 대비 연구개발비 비율의 국제비교

(단위: %)

구 분	한국('86)	미국('86)	일본('86)
전 산 업	1.35	3.5	2.6
제 조 업	1.63	3.5	3.0
식, 음 료	0.86	0.8	0.9
섬·유·의·복	0.80	0.8	1.2
종이·인쇄 및 출판	1.39	1.2	0.7
산업용 화학물	0.99	4.1	4.3
기타 화학제품	1.85	7.8	5.6
철 강	0.57	1.2	2.5
비 철 금 속	0.79	2.4	2.6
조립금속제품	1.48	3.1	1.6
기계(전기전자제외)	1.54	3.4	2.8
전 기·전 자	4.19	6.0	5.5
운 수 장 비	2.40	3.8	3.2
의료, 광학·측정기기	2.52	6.7	4.6

資料: 과학기술처, 「과학기술연감」, 일본, 「과학기술요람」

트워 등 다양한 홍보매체를 활용하여 世界속에 우리기업의 이미지와 상표를 弘報하는 한편 지역별 가격 차별화, 제품 차별화 방안 등을 통해 소비자들의 需要를 자연스럽게 유발시키는 販賣戰略을 펴 나아가야겠다.

넷째, 고유상표 輸出比重 提高와 확고한 애프터 서비스망을 구축해야겠다. 電子는 여타 상품에 비해 고유상표 부착 輸出比重이 높기는 하지만 아직도 OEM 輸出에 의존하고 있는 제품의 비중이 약 40%에 달하는 바 이를 줄여 나아가므로써 韓國企業에 대한 이미지와 브랜드의 성가를 제고시켜 나아가고 아울러 확고한 애프터 서비스망 구축을 통해 海外 消費者들로부터 신뢰를 끌어내는 노력도 병행해 나아가야겠다.

다섯째, 輸出先 多邊化와 輸出商品의 高級化, 多樣化를 추진해 나아가야겠다. 우리나라 輸出의 37.4%를 점하고 있는 美國과 수입규제 다발지역인 EC로의 輸出比重을 감소시켜 나아가는 반면 우리가 무역수지 적자를 면치 못하고 있는 日本地域에서의 마케팅 활동을 강화하고, 작년부터 점증하기 시작한 공산권 시장으

로의 진출을 확대해 나아가야 할 것이며 아직 우리의 진출이 미미한 南美, 아프리카, 中東市場으로의 진출을 확대해 나아가야겠다. 한편 가정용 전자와 일부 부품에 집중되어 있는 우리의 輸出商品을 점차 高度化, 多樣化하는 노력도 전개해 나아가야 할 것으로 보인다.

그러나 대공산권 輸出時 유의해야 할 사항은 COCOM에서 제한하고 있는 戰略物資 輸出統制制度이다. 우리나라의 대공산권 전기·전자제품의 輸出은 아직 가전제품 정도의 수준에 머무르고 있으나 향후 우리의 기술이 발전함에 따라 주종 품목은 첨단기술 제품으로 이전될 것이므로 同制度에 유의해야 할 것이다.

여섯째, 企業의 生産性 向上과 제품구조의 고도화를 위해 생산의 자동화를 이룩해 나아가야겠다. 종전의 자동화는 기계자동화를 의미했으나 현재는 메카트로닉스, 컴퓨터 등이 종합적으로 엮어내는 고도의 생산 시스템의 자동화를 의미하는 바 이를 위해 시스템 투자 뿐만 아니라 부품의 표준화에 대한 투자도 병행해 나아가야겠다.

經濟用語

◆ 예대율 (loan-deposit ratio)

은행의 총 자금잔고에 대한 총 대출잔고의 비율을 말한다. 일반적으로는 오버론(over loan)의 정도를 표시하는 지표로 쓰여지고 있다. 은행의 자산구성이 좋은지 나쁜지를 보는 하나의 단서가 된다. 예금자에 대한 지불준비를 두텁게 한다는 입장에서 본다면 예대율은 낮을수록 좋으나, 수익성, 예금자의 예금, 지불방법 등을 참작하여 적절한 비율을 유지해야 한다.

◆ 오더 엔트리 방식 (order entry system)

생산공장 등에서 주문을 받은 시점에서 재료확보, 공정관리, 완성예정일 등을 컴퓨터를 사용하여 종합적으로 처리하는 시스템. 소비자로부터의 주문과

수주정보를 제빨리 수집하여 처리한 다음 주문에 따라 생산계획을 세우고 개별 소비자의 사용 목적에 맞는 제품을 제조하여 납품한다.

◆ 의제배당 (fictitious dividend)

상법에 따른 배당이 아니면서 세법상 배당으로 간주되는 것인데 자본잉여에 해당하는 금액을 말하며 이는 배당 소득으로 처리되어 과세된다. 즉 ① 주식의 소각, 자본의 감소·퇴사·탈퇴나 출자의 감소가 있는 경우 ② 법인의 잉여금의 전부 또는 일부를 자본에 전입하는 경우 ③ 법인이 해산하는 경우 ④ 법인이 합병하는 경우에 주주 또는 사원이 받은 이익이 당초 그들이 투자한 자본보다 많을 때에 그 초과하는 부분을 배당으로 보아서 과세하는 것이다.